

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN CABAI MERAH

**Diterima:** 24 Agustus 2022  
**Revisi:** 15 September 2022  
**Terbit:** 29 September 2022

<sup>1</sup>Eva Lusiana, <sup>2</sup>Yuhanin Zamrodah, <sup>3</sup>Tri Kurniastuti,  
<sup>4</sup>Luhur Aditya Prayudi

<sup>1,2,3,4</sup>Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Islam Balitar  
<sup>1.2.3.4</sup>Blitar, Indonesia  
E-mail: [evalsynaa17@gmail.com](mailto:evalsynaa17@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen cabai merah di Kabupaten Blitar dengan kriteria: berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, jumlah anggota keluarga, harga cabai merah. Tujuan penelitian selanjutnya yaitu, untuk mengetahui seberapa berpengaruh faktor psikologi, pribadi, sosial, dan budaya terhadap keputusan konsumen dalam melakukan permintaan cabai merah. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang pernah melakukan permintaan cabai merah dan teknik yang digunakan adalah *Non Probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen menunjukkan sudah valid dan reliabel serta sudah lolos dari uji asumsi klasik. Selanjutnya variabel sosial berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai merah. Selanjutnya variabel psikologi, pribadi, sosial, dan budaya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap permintaan cabai merah.

*Kata Kunci: psikologi, pribadi, sosial, budaya, cabai merah, permintaan*

### ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics of red chili consumers in Blitar Regency with criteria: based on age, gender, education, occupation, income, number of family members, price of red chili. The purpose of the next study is to find out how psychological, personal, social, and cultural factors are based on consumers' decisions in making demand for red chili. The research uses descriptive qualitative methods and quantitative methods. The population used is consumers who have made requests for red chili peppers and the technique used is Non Probability sampling with the Side Purposive method. The results showed that independent variables showed that they were valid and reliable and had passed the classical assumption test. Furthermore, social variables have a significant effect on the demand for red pepper. Furthermore, psychological, social, and cultural variables have a significant simultaneous effect on the demand for red pepper.

*Keywords: psychology, personal, social, culture, red chili, demand*

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan wilayah tropis beriklim basah yang sangat cocok dan mendukung untuk digunakan dalam budidaya tanaman. Dan sebagian besar wilayahnya mencakup sektor pertanian. Sektor pertanian adalah salah satu dibidang ekonomi yang memiliki arti dan kedudukan penting dalam pembangunan nasional. Sektor ini berperan sebagai sumber penghasilan makanan, sumber bahan baku bagi industri, mata pencaharian sebagai besar penduduk, penghasil devisa negara dari ekspor komoditas bahkan berpengaruh besar terhadap stabilitas dan keamanan nasional. Sektor pertanian terbagi menjadi lima yaitu tanaman pangan, hortikultura, peternakan, perikanan dan kehutanan (Direktorat Jendral Hortikultura, 2016). Di negara indonesia sektor pertanian sangatlah penting untuk menunjang perekonomian sosial. Sektor pertanian hortikultura yaitu merupakan komoditas yang sangat prospektif dimana kebutuhan pasar domestik untuk hasil tanaman hortikultura sangat tinggi.

Cabai merupakan salah satu komoditi yang menjadi primadona pasar dan termasuk komoditi strategis di Indonesia. Mengingat kebutuhan cabai di pasaran tidak mengenal pasang surut. Di sisi lain, karakter cabai hanya bisa ditanam dengan lahan yang tidak begitu basah, dan tanaman cabai sangat sensitif dengan musim penghujan. Jadi, cabai merupakan tanaman musiman, akan tumbuh lebat jika ditanam pada musim kemarau, atau musim pancaroba di mana intensitas hujan rendah. Harga cabai merah sering berfluktuasi, bukan karena kekurangan pasokan, namun lebih karena karakteristik dari komoditas tersebut. Cabai merupakan komoditas yang mudah rusak (perishable) dan produksinya sangat bergantung pada musim (Pratama, Swastika, Hidayat, dan Boga, 2017). Cabai termasuk di dalamnya cabai merah yang dikonsumsi oleh masyarakat hampir seluruhnya berasal dari produksi dalam negeri. Untuk cabai merah, hingga saat ini terdapat 29 propinsi yang merupakan daerah penghasil cabai merah dengan tingkat produksi yang beragam 10 - 172 ton per tahun. Propinsi Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Sumatera Utara merupakan kontributor utama produksi cabai merah nasional dengan rata-rata pangsa terhadap produksi nasional masing-masing sebesar 26%, 15%, 14%, dan 13%. Secara lebih terinci, kabupaten/kota penghasil cabai merah terbesar di wilayah Jawa adalah Bandung, Garut, Cianjur, Magelang, Temanggung, Brebes, Malang, Banyuwangi dan Blitar. Sementara untuk wilayah Sumatera Utara, kabupaten/kota yang merupakan sentra produksi cabai merah adalah Karo, Deli Serdang dan Simalungun. (Dinas Pertanian, 2014).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata tingkat konsumsi cabai merah per kapita mencapai 1.4 kg per tahun dengan kisaran harga cabai Rp 30.000-, sampai Rp 40.000-,. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang saat ini dengan jumlah penduduk sebanyak 252.370.792 jiwa (sensus tahun 2015), berarti Indonesia membutuhkan cabai sebesar ±252 ribu ton per tahun. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain kebiasaan masyarakat yang mengkonsumsi cabai merah dalam bentuk segar untuk keperluan sehari-hari dan belum terdapatnya bahan yang dapat mensubstitusi kebutuhan cabai tersebut. Meskipun saat ini terdapat industri yang menghasilkan cabai merah olahan, namun jumlah dan skala usahanya relatif masih terbatas dan umumnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan ekspor.

Permintaan pasar (konsumen) terhadap produk cabai dunia cenderung terus meningkat dari waktu ke waktu sejalan dengan meningkatnya rata-rata konsumsi di

berbagai negara. Seiring kebutuhan cabai yang terus meningkat, tak dipungkiri harga cabai pun semakin lama semakin naik (Febianti, 2014). Sekalipun ada kecenderungan peningkatan kebutuhan, tetapi permintaan terhadap cabai merah untuk kebutuhan sehari-hari dapat berfluktuasi, yang disebabkan karena naik turunnya harga cabai yang terjadi di pasaran.

Fluktuasi harga yang terjadi di pasaran, selain disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi sisi permintaan juga disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi sisi penawaran. Dari sisi penawaran menunjukkan bahwa proses penyediaan (produksi dan distribusinya) cabai merah belum sepenuhnya dikuasai para petani. Faktor utama yang menjadi penyebab adalah bahwa petani cabai merah adalah petani kecil-kecil yang proses pengambilan keputusan produksinya diduga tidak ditangani dan ditunjang dengan suatu peramalan produksi dan harga yang baik (Hutabarat, 2010). Permasalahan yang terjadi akibat adanya perilaku konsumen terhadap permintaan cabai merah tidak hanya dari petani saja melainkan dapat terjadi adanya beberapa faktor yaitu faktor psikologi, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya sehingga permintaan konsumen kurang mentu dengan demikian peneliti mengambil judul “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah”

#### METODE PENELITIAN

**Metode Penentuan Sample.** Nawawi (2012) mengatakn bahwa populasi merupakan keseluruhan objek dalam penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuhan, peristiwa, gejala maupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli cabai merah di Desa Jiwut Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik accidental sampling dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Yakni siapa saja yang memenuhi kriteria penelitian ini yaitu konsumen yang membeli cabai giling (Sugiyono, 2012). Menurut Baley dalam Andriani (2014), penelitian yang akan menggunakan data statistik untuk dianalisis, ukuran sampel yang digunaka paling sedikit adalah 30 sampel. Dengan syarat dimana ukuran dari suatu populasi tersebut tidak diketahui dan diasumsikan bahwa populasi memiliki distribusi normal. Jadi dalam penelitian ini terdapat 30 sampel.

**Metode Pengumpulan Data.** Metode dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa kuesioner, dalam penelitian ini kuesioner diberikan langsung kepada responden dan responden diharuskan untuk membaca terlebih dahulu mengenai data penelitian, mengisi data pribadi, dan membaca pertanyaan secara seksama untuk kemudian menjawab skala penilaian yang ada dan dipilih. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana dilakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Observasi penelitian ini dilakukan di Pasar Penataran Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar. Data skunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan

secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

**Metode Analisis Data.** Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: analisis deskriptif dan regresi linier berganda, yang dijelaskan sebagai berikut: Analisis Deskriptif. Metode Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang menurut (Nazir, 2005). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen terhadap permintaan cabai merah. Untuk data Analisa deskriptif diperoleh dengan cara menyebar koesioner. Analisis Regresi Linier Berganda, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data dengan regresi linier berganda. Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen, model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus atau linier antara variabel dependen dengan masing – masing prediktornya (Janie, 2012). Sebelum berlanjut ketahap akhir yaitu perhitungan dalam model Regresi Linier Berganda penulis juga melakukan pengujian tahap sebelumnya yaitu dengan malakukan uji validitas dan uji reliabilitas dilanjutkan dengan uji asumsi klasik, yang didalamnya terdapat beberapa tahap pengujian yaitu: uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas. Dengan demikian untuk mengetahui analisis faktor-faktor apa yang mempengaruhi permintaan cabai merah yaitu digunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:  $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$ . Keterangan: Y = Variabel terikat yaitu permintaan pembelian cabai merah, a = konstanta, b1-b4 = koefisien regresi X1 sampai X4, x1 = Faktor Psikologi, x2 = Faktor Pribadi, x3 = Faktor Sosial, x4 = Faktor Budaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Uji Validitas.** Uji Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji sejauh mana kebenaran alat ukur yang mengungkapkan konsep kejadian yang diukur. Konsep dari uji validitas disini yaitu, jika R hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif maka butir pernyataan atau indikator dari variabel bebas (X) dinyatakan valid. Apabila r hitung > dari r tabel maka taraf signifikansi 5% (0,05) maka pernyataan setiap variabel bebas dapat dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	R	R	Keterangan
		Hitung	Tabel	
Faktor Psikolog (X1)				
1	X1.1	0.563	0.361	Valid
2	X1.2	0.563	0.361	Valid
3	X1.3	0.583	0.361	Valid
Faktor Pribadi (X2)				
1	X2.1	0.556	0.361	Valid
2	X2.2	0.568	0.361	Valid
3	X2.3	0.661	0.361	Valid
Faktor Sosial (X3)				
1	X3.1	0.430	0.361	Valid
2	X3.2	0.583	0.361	Valid
3	X3.3	0.450	0.361	Valid
Faktor Budaya (X4)				
1	X4.1	0.568	0.361	Valid
2	X4.2	0.626	0.361	Valid
3	X4.3	0.507	0.361	Valid
Pembelian Cabai Merah / bulan				
1	Y1	0.568	0.361	Valid
2	Y2	0.572	0.361	Valid
3	Y3	0.507	0.361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah di SPSS,2022

Tabel 1, menunjukkan bahwa korelasi antara setiap indikator atau butir pertanyaan terhadap skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, hal ini dibuktikan dari data diatas dimana seluruh item variabel penelitian memiliki > r tabel yaitu pada taraf signifikansi 5% (0,05), n = (30 - 2) diperoleh r tabel = 0,361, maka dapat diketahui bahwa r hitung setiap aitem variabel > 0,361. Sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan butiran variabel dalam penelitian ini adalah valid untuk dimanfaatkan sebagai instrumen dalam penelitian dan dapat digunakan untuk mengukur variabel.

**Uji Reliabilitas.** Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat ukur untuk bisa dimanfaatkan lagi untuk penelitian yang sama. Dapat dijelaskan jika suatu variabel dikatakan reliabel apa bila memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60.

Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Hasil Pengujian Reliabilitas  
**Item-Total Statistics**

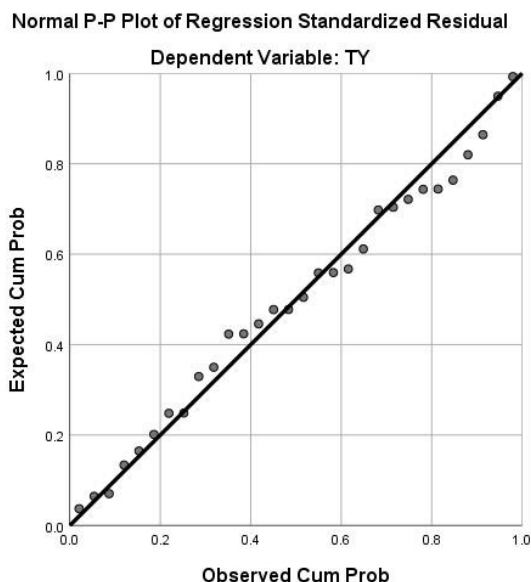
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	45.13	59.430	.410	.905
X1.2	45.13	60.947	.232	.908
X1.3	45.00	56.621	.723	.898
T1	41.80	50.372	.860	.891
X2.1	45.10	58.921	.477	.903
X2.2	45.17	58.557	.509	.903
X2.3	45.07	60.202	.260	.909
T2	41.87	50.947	.821	.893
X3.1	45.50	62.190	.137	.909
X3.2	45.47	58.120	.545	.902
X3.3	45.47	60.740	.337	.906
T3	42.97	54.240	.796	.894
X4.1	44.97	59.826	.359	.906
X4.2	45.17	58.764	.432	.904
X4.3	44.87	59.913	.399	.905
T4	41.53	51.706	.848	.892
Y1	45.17	57.178	.675	.899
Y2	45.23	59.564	.386	.905
Y3	45.20	59.959	.393	.905
TY	42.13	50.120	.893	.890

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini mempunyai koefisien Alpha atau *Cronbach Alphs's* yang lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel. Sehingga item – item pernyataan pada masing – masing variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

**Uji Asumsi Klasik.** Sebelum melakukan uji regresi linier berganda, diharuskan melakukan sebuah uji asumsi klasik dimana uji asumsi klasik ini terdapat beberapa uji yang harus dilakukan antara lain, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas. Dalam penelitian ini penulis tidak melakukan uji asumsi klasik uji autokorelasi dikarenakan data yang digunakan penulis merupakan data *cross section* yaitu data yang diperoleh dari pengisian kuesioner. Untuk lebih jelasnya uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas akan disajikan sebagai berikut:

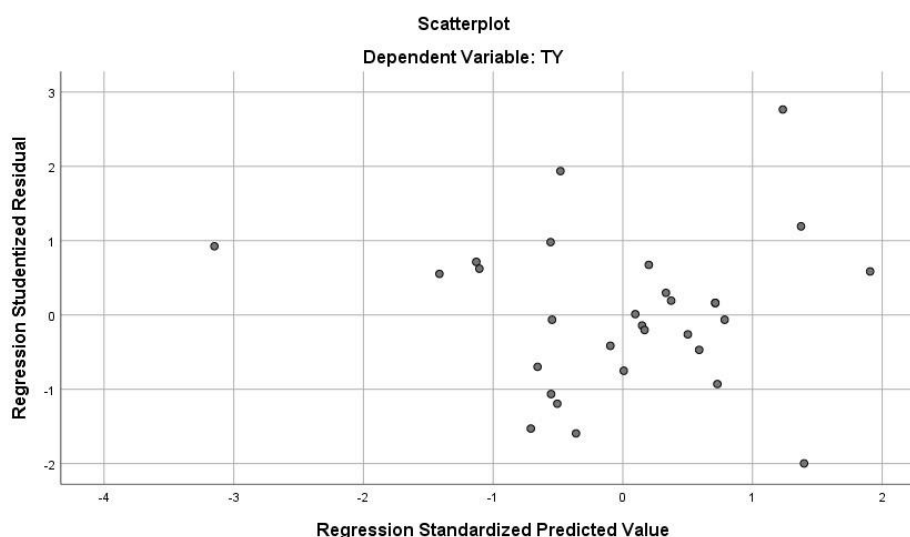
**Uji Normalitas.** Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen (variabel bebas) dan variabel (variabel terkait) terdistribusi

secara normal atau tidak. Persyaratan uji normalitas adalah apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dipastikan bahwa model garis regresi memenuhi syarat asumsi klasik yaitu asumsi normalitas dan dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat disebut bahwa model regresi tidak memenuhi uji asumsi klasik atau asumsi normalitas dan dapat disebut bahwa data tidak terdistribusi secara normal.



Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini: Dari gambar 1 tersebut didapatkan hasil bahwa semua data terdistribusi normal, karena dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal. Sehingga model regresi memenuhi syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas.

**Uji Heterokedastisitas.** Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dimanfaatkan metode grafik *Scatterplot* yang dihasilkan dari output SPSS versi 2016. Untuk melihat apakah dari model regresi terjadi heterokedastisitas yaitu dengan melihat apakah titik – titik pada gambar hasil output SPSS terdapat pola yang jelas atau tidak. Apabila terdapat pola tertentu (melebar atau mengecil) maka dapat dikatakan heterokedastisitas, tetapi sebaliknya apabila titik – titik menyebar merata dan tidak membentuk pola tertentu dan teratur serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas melalui grafik *Scatterplot*:



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari grafik diatas terlihat titik – titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu (melebar atau mengecil), serta tersebar secara teratur diatas ataupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti bahwa tidak ada penyimpangan asumsi klasik atau tidak terjadi heterokedastisitas salam model regresi yang dibuat.

**Uji Multikolinieritas.** Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Gejala multikolinieritas dapat dilihat pada grafik output SPSS 16 pada nilai *Tolerance* dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* menunjukkan lebih besar dari 0,100 (nilai *tolerance* > 0,100) dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10,00 (VIF < 10,00) maka dapat dikatan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi. Berikut hasil pengujian multikolinieritas melalui grafik output SPSS 16:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.332	.560		-.593	.558		
T1	.309	.155	.312	1.994	.057	.349	2.862
T2	.318	.138	.319	2.294	.030	.443	2.257
T3	.587	.174	.441	3.365	.002	.499	2.003
T4	-.066	.179	-.061	-.371	.714	.319	3.136

a. Dependent Variable: TY

Sumber: Lampiran output SPSS, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF semua variabel dalam penelitian ini lebih kecil dari 10,00 (VIF < 10,00). Sedangkan nilai tolerance dari semua variabel



independen lebih besar dari 0,10 (tolerance > 0,10). Dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 90%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

**Analisis Regresi Linier Berganda.** Analisis regresi linier berganda dimanfaatkan sebagai alat untuk melihat pengaruh variabel independen secara bersamaan dan untuk mengetahui dari variabel independen tersebut variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya atau untuk membuktikan variabel independen berpengaruh secara persial dan secara simultan terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda yang baik adalah data penelitian sudah valid dan reliabel melalui uji validitas dan reliabilitas serta lolos uji asumsi klasik, antara lain data sudah terbukti terdistribusi normal melalui uji normalitas, model bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari gejala heterokedastisitas. Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel terkait faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian cabai merah, jika nilai independen faktor psikologi, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya berubah – ubah.

**Uji T hitung / Parsial.** Terhitung digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara persial memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen. Dapat juga disebutkan jika nilai sig.< 0,05 atau t hitung > t tabel maka hasilnya signifikan dan dapat diartikan H<sub>0</sub> ditolak dan H<sup>1</sup> diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. sedangkan apabila nilai sig. > 0,05 atau t hitung < t tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H<sub>0</sub> diterima dan H<sup>1</sup> ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. untuk menentukan nilai t tabel maka harus melakukan perhitungan melalui rumus:

$$t(a; n - k - 1) = t(0,05 ; 24)$$

$$t \text{ tabel} = (a ; n-k-1) = (0,05 ; 30-4-1) = (0,05 ; 25) = 2,064$$

Tabel 4 Hasil Uji t / Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.332	.560		-.593	.558		
T1	.309	.155	.312	1.994	.057	.349	2.862
T2	.318	.138	.319	2.294	.030	.443	2.257
T3	.587	.174	.441	3.365	.002	.499	2.003
T4	-.066	.179	-.061	-.371	.714	.319	3.136

a. Dependent Variable: TY

Sumber: Lampiran output SPSS, 2022

Bedasarkan tabel 12 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh psikologi terhadap permintaan cabai merah secara persial dapat dilihat sebagai berikut:

Nilai t hitung antara X1 (psikologi) dengan Y (permintaan / bulan) menunjukkan nilai sebesar 1,994. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0,05; 25$ ) adalah sebesar 2,064. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung < t tabel yaitu  $1,994 < 2,064$ . Serta nilai sig. > 0,05 yaitu  $0,57 > 0,05$  maka dapat dijelaskan bahwa X1 (psikologi) adalah tidak signifikan. Hal ini dapat diartikan secara persial  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya faktor psikologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan cabai merah. Secara persial faktor psikologi tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap permintaan cabai merah.

2. Pengaruh pribadi terhadap permintaan cabai merah secara persial dapat dilihat sebagai berikut:

Nilai t hitung antara X2 (pribadi) dengan Y (permintaan cabai merah/bulan) menunjukkan nilai sebesar 2,294. sedangkan t tabel ( $\alpha = 0,05; 25$ ) adalah sebesar 2,064. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung < t tabel yaitu  $2,294 < 2,064$ . Serta nilai sig. > 0,05 yaitu  $0,30 >$

$0,05$  maka dapat dijelaskan bahwa X2 (pribadi) adalah tidak signifikan. Hal ini dapat diartikan secara persial  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak, artinya faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan cabai merah. Secara persial faktor pribadi tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap permintaan cabai merah.

3. Pengaruh sosial terhadap permintaan cabai merah secara persial dapat dilihat sebagai berikut:

Nilai t hitung antara X3 (sosial) dengan Y (permintaan cabai merah/bulan) menunjukkan nilai sebesar 3,365. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0,05; 25$ ) adalah sebesar 2,064. Sehingga dapat dilihat t hitung > t tabel yaitu  $3,365 > 2,064$ . Serta nilai sig. < 0,05 yaitu  $0,02 < 0,05$  maka dapat dijelaskan bahwa X3 (sosial) adalah signifikan hal ini dapat diartikan secara persial  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan permintaan cabai merah. Secara persial faktor sosial mempengaruhi konsumen terhadap permintaan cabai merah.

4. Pengaruh budaya terhadap permintaan cabai merah secara persial dapat dilihat sebagai berikut:

Nilai t hitung antara X4 (budaya) Y (permintaan cabai merah/bulan) menunjukkan nilai sebesar -0,371. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0,05; 25$ ) adalah sebesar 2,064. Sehingga dapat dilihat bahwa t hitung < t tabel yaitu  $-0,371 < 2,064$ . Serta nilai sig. > 0,05 yaitu  $0,714 > 0,05$  maka dapat dijelaskan bahwa X4 (budaya) adalah tidak signifikan. Hal ini dapat diartikan secara persial  $H_0$  diterima dan  $H_4$  ditolak. Artinya faktor budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan cabai merah. Secara persial faktor budaya tidak mempengaruhi konsumen terhadap permintaan cabai merah.

Bedasarkan data diatas, dapat dijelaskan bahwa variabel psikologi, pribadi dan budaya secara persial tidak mempengaruhi permintaan cabai merah. Sedangkan variabel sosial secara persial mempengaruhi permintaan cabai merah.

**Uji F / Simultan.** Uji F atau pengujian model regresi secara bersamaan atau simultan untuk mengetahui hasil dari analisis regresi linier berganda signifikan atau tidak. Apabila hasilnya signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan apabila hasil tidak signifikan, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini juga dapat digambarkan sebagai berikut:  $H_0$  ditolak jika F hitung > F table,  $H_0$  diterima jika F hitung < F table. Sebelum membandingkan antara F tabel dan F hitung diperlukan mencari letak F

tabelnya terlebih dahulu dengan rumus dibawah ini:  $df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df2 = n - k = 30 - 4 = 26$

Tabel 5 Hasil Uji F / Simultan  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	21.369	4	5.342	22.904	.000 <sup>b</sup>
Residual	5.83125	25	.233		
Total	27.20029				

a. Dependent Variable: TY

b. Predictors: (Constant), T4, T3, T2, T1

Sumber: Lampiran output SPSS, 2022

Bedasarkan tabel 4.6.2 diketahui nilai signifikansi pengaruh X1, X2, X3 dan X4 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar 22,904 serta F tabel ( $\alpha = 0,05$ ; db regresi = 4; db residual = 25) adalah sebesar 2,98. Dapat dituliskan F hitung yaitu  $22,904 > F$  tabel yaitu 2,98. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti pengaruh X1, X2, X3 dan X4 secara simultan terhadap Y atau dengan kata lain permintaan cabai merah dapat dipengaruhi secara simultan oleh faktor psikolog, pribadi, sosial dan budaya. **Koefisien Determinasi**. Berikut ini besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 <sup>a</sup>	.786	.751	.483

a. Predictors: (Constant), T4, T3, T2, T1

b. Dependent Variable: TY

Sumber : Lampiran output SPSS, 2022

Bedasarkan output diatas diketahui nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,786 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, X3 dan X4 secara simultan terhadap variabel Y atau faktor psikolog, pribadi, sosial dan budaya berpengaruh secara simultan terhadap permintaan cabai merah adalah sebesar 79%. Sedangkan 21% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

**Koefisien Regresi**. Dengan memanfaatkan program SPSS versi 16.0 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,563 + 1,994 X_1 + 2,294 X_2 + 3,365 X_3 - (-0,371) X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- -0,563 menunjukkan bahwa jika X (Psikolog, Pribadi, Sosial, dan Budaya) nilainya adalah 0, maka permintaan cabai merah nilainya -0,563 dengan asumsi variabel tetap.
- 1,994 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor psikologi sebesar 1% dalam permintaan cabai merah maka akan dipengaruhi konsumen untuk permintaan cabai merah sebesar 1,994 dengan asumsi variabel tetap.

- 2,294 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor pribadi sebesar 1% dalam permintaan cabai merah maka akan dipengaruhi konsumen untuk permintaan cabai merah sebesar 2,294 dengan asumsi variabel tetap.
  - 3,365 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor sosial sebesar 1% dalam permintaan cabai merah maka akan dipengaruhi konsumen untuk permintaan cabai merah sebesar 3,365 dengan asumsi variabel tetap.
  - -0,371 menunjukkan bahwa setiap penambahan variasi faktor budaya sebesar 1% dalam permintaan cabai merah maka akan dipengaruhi konsumen untuk permintaan cabai merah sebesar  $\beta - 0,371$  dengan asumsi variabel tetap.
- Untuk mengetahui diantara keempat variabel independen tersebut yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependen tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien beta masing – masing. Koefisien beta merupakan nilai koefisien regresi yang telah distandarisi dan gunanya untuk membandingkan diantara variabel independen yang dominan terhadap variabel dependen. Dari tabel 4 dapat dilihat nilai koefisien beta untuk masing – masing variabel independen tersebut adalah sebagai berikut:
- Nilai koefisien beta X1 (faktor psikologi) adalah 0,312
  - Nilai koefisien beta X2 (faktor pribadi) adalah 0,319
  - Nilai koefisien beta X3 (faktor sosial) adalah 0,441
  - Nilai koefisien beta X4 (faktor budaya) adalah -0.061
- Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara keempat variabel independen dalam penelitian ini lebih dominan pengaruhnya adalah faktor sosial dengan nilai koefisien beta tertinggi sebesar 0,441.

### KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi karakteristik permintaan cabai merah di Kabupaten Blitar.

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini dan juga berdasarkan pada perhitungan regresi linier berganda, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen cabai merah di Kabupaten Blitar dari pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu, 30 orang responden dalam penelitian ini konsumen yang melakukan permintaan cabai merah di Kabupaten Blitar paling banyak responden yang berusia 25 – 45 tahun, berjenis kelamin perempuan, dengan pendidikan terakhir sma / sederajat dan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dengan rata – tara memiliki 5 anggota keluarga.
2. Faktor – faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah faktor psikologi, faktor pribadi, faktor sosial dan faktor budaya dengan faktor yang dipengaruhi berupa permintaan cabai merah. faktor yang dipengaruhi oleh permintaan cabai merah di Kabupaten Blitar adalah faktor sosial sedangkan faktor yang tidak mempengaruhi permintaan cabai merah adalah faktor psikologi, faktor pribadi dan faktor budaya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anoviansyah, Y., Sepriani, Y., & Sarkum, S. (2018). *Pengaruh Permintaan Cabai Merah Terhadap Pendapatan Kelompok Tani Cabai Di Kabupaten Labuhanbatu. Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 3(2), 2326.
- ARIS B, M. T. I. (2018). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN CABAI RAWIT DI KABUPATEN*

Eva Lusiana, Yuhanin Zamrodah, Tri Kurniastuti, Luhur Aditya Prayudi, 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah. *Journal Grafting*. (2022), 12(2) 61-74

---

BANYUMAS (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO).

- Amri, M. (2017). Pengaruh Kompensasi Manajemen Terhadap Penghindaran Pajak dengan Moderasi Diversifikasi Gender Direksi Dan Preferensi Risiko Eksekutif Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 4, 1-14
- Baharudin, R. 2016. *Respon pertumbuhan dan hasil tanaman cabai (Capsicum annum L.) terhadap pengurangan dosis NPK 16:16:16 dengan pemberian pupuk organik*. *J. Dinamika Pertanian*. 32 (2): 115-124.
- Diwanti, Dwi Octa. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah (Capsicum Annum L) (Studi Kasus: Pasar Kampung Lalang, Kota Medan)*. Diss. 2018.
- Dewi, Tria Rosana. "Analisis permintaan cabai merah (*Capsicum annum L*) di Kota Surakarta." (2009).
- Febianti, Y. N. (2014). *Permintaan dalam ekonomi mikro*. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1).
- HIROSHI, I. (2019). *Analisis Permintaan Cabai Merah di Provinsi Jawa Tengah* (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Hamidah<sup>1</sup>, K., Syahni, R., & Sari, R. *Analisis Permintaan Cabai Merah Besar di Kota Padang, Sumatra Barat*.
- Haryanto dan Saparso. 2018. *Pertumbuhan dan Hasil Cabai Merah pada Berbagai Metode Irigasi dan Pemberian Pupuk Kandang di Wilayah Pesisir Pantai*. Universitas Jenderal Soedirman: 11 hlm.
- Hutabarat, S. M. (2010). *Penawaran dan Penerimaan dalam Hukum Perjanjian*. Grasindo.
- Iftika, V. (2022). *MODEL PERSAMAAN LINEAR/HARGA KESEIMBANGAN PASAR/SURPLUS KONSUMEN ATAU PRODUSEN PADA CABAI MERAH DI SUMATERA*. *Jurnal Dunia Ilmu*, 2(2).
- MULYANTO, M., Irwan, M., & Firdaus Sy, F. S. (2020). *ANALISIS FAKTORFAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN CABAI MERAH DI SUMATERA BARAT* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BUNG HATTA).
- Muslim, I. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN CABAI MERAH DI SUMATERA BARAT*. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 17(3).
- Pratama, I. G. R., & Yasa, I. G. W. M. (2018). *Elastisitas harga cabai dan pendapatan pedagang kaki lima di Kota Denpasar*. *E-Jurnal EP Unud*, 7(9), 1983-2010.
- Septiadi, D., Sari, N. M. W., & Zainuddin, A. (2020). *Analisis Permintaan Konsumsi Cabai Rawit pada Rumah Tangga di Kota Mataram*. *AGRIMOR*, 5(2), 36-39.
- Pemerintah Kabupaten Blitar. 2021. *Kondisi Umum Wilayah Kabupaten Blitar*. <https://www.blitarkab.go.id> (Diakses 26 Mei 2021)
- Pratama, D., Swastika, S., Hidayat, T., & Boga, K. (2017). *Teknologi Budidaya cabai Merah*. Universitas Riau. Riau. 4 - 51 hal

Eva Lusiana, Yuhanin Zamrodah, Tri Kurniastuti, Luhur Aditya Prayudi, 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Merah. *Journal Grafting*. (2022), 12(2) 61-74

---

- Pratama, D. et al. (2017) *Teknologi Budidaya Cabai Merah*. Badan Penerbit Universitas Riau.
- Setiadi. (2013). *Konsep dan praktek penulisan riset keperawatan (Ed.2)* Yogyakarta: Graha Ilmu Sugiyono. (2013).
- Utami, I. W. (2017). Perilaku konsumen. *Surakarta: CV Pustaka Bengawan*.
- Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, R. S. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah*. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 77-86.